

Αγροτουρισμός και προϊόντα από γάλα Όνου

Ανάλυση 10ετούς επιχειρηματικού σχεδίου



Πέτρος Σολδάτος, Δημήτρης Παπαδάκος, Αλέξης Ανδρεόπουλος, Γεράσιμος Γιαννάκης, Αναστασία Γεωργοπούλου, Βέρα Πέτρου, Γεωργία Χαρίτου
Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Ιερά Οδός 75, 11855 Αθήνα, Ελλάδα
MBA Food and Agribusiness, Rural Economy and Development

Be
unique!

Η ανάλυση του επιχειρηματικού σχεδίου βασίστηκε σε μία ήδη υπάρχουσα ιδιόκτητη φάρμα στον Βαρνάβα Αττικής, η οποία στεγάζει 20 γαϊδουράκια εκ των οποίων τα 16 είναι θηλυκά, δηλαδή παραγωγικά.

Σκοπός μας είναι να διαθέτουμε ένα premium προϊόν, το γάλα όνου φρέσκο ή κατεψυγμένο σε βιολογικά καταστήματα ή delicatessen και η υπολειπόμενη ποσότητα να χρησιμοποιείται για την δημιουργία καλλυντικών φασόν. Παράλληλα η φάρμα θα είναι επισκέψιμη προς το κοινό, παρέχοντας υπηρεσίες Αγροτουρισμού.



20%
Ευπαθείς ομάδες και Ηλικιωμένοι .

60% Σχολεία Οικογένειες και Επισκέπτες
Ηλικίας 25-34

20% εταιρείες και κοινωνικές εκδηλώσεις



ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Εκτίμηση Αρχικής Επένδυσης	
Αδειοδότηση	6.000 €
Σταβλισμός	15.000€
Περίφραξη	27.000 €
Κτηριακές εγκαταστάσεις	30.000 €
Αγορά μηχανημάτων	10.000 €
Αγορά όνων	7.000 €
Αγορά οχήματος	10.000 €
Δημιουργία e-shop	1.200 €
Εγκατάσταση λογισμικού ERP	2.000 €
Εξοπλισμός γραφείου	1.500 €
Χώρος υποδοχής – Γραφείο κίνησης-Αναψυκτήριο	20.000€
Συναγερμός-Σύστημα παρακολούθησης	1.000€
ΣΥΝΟΛΟ	130.700€

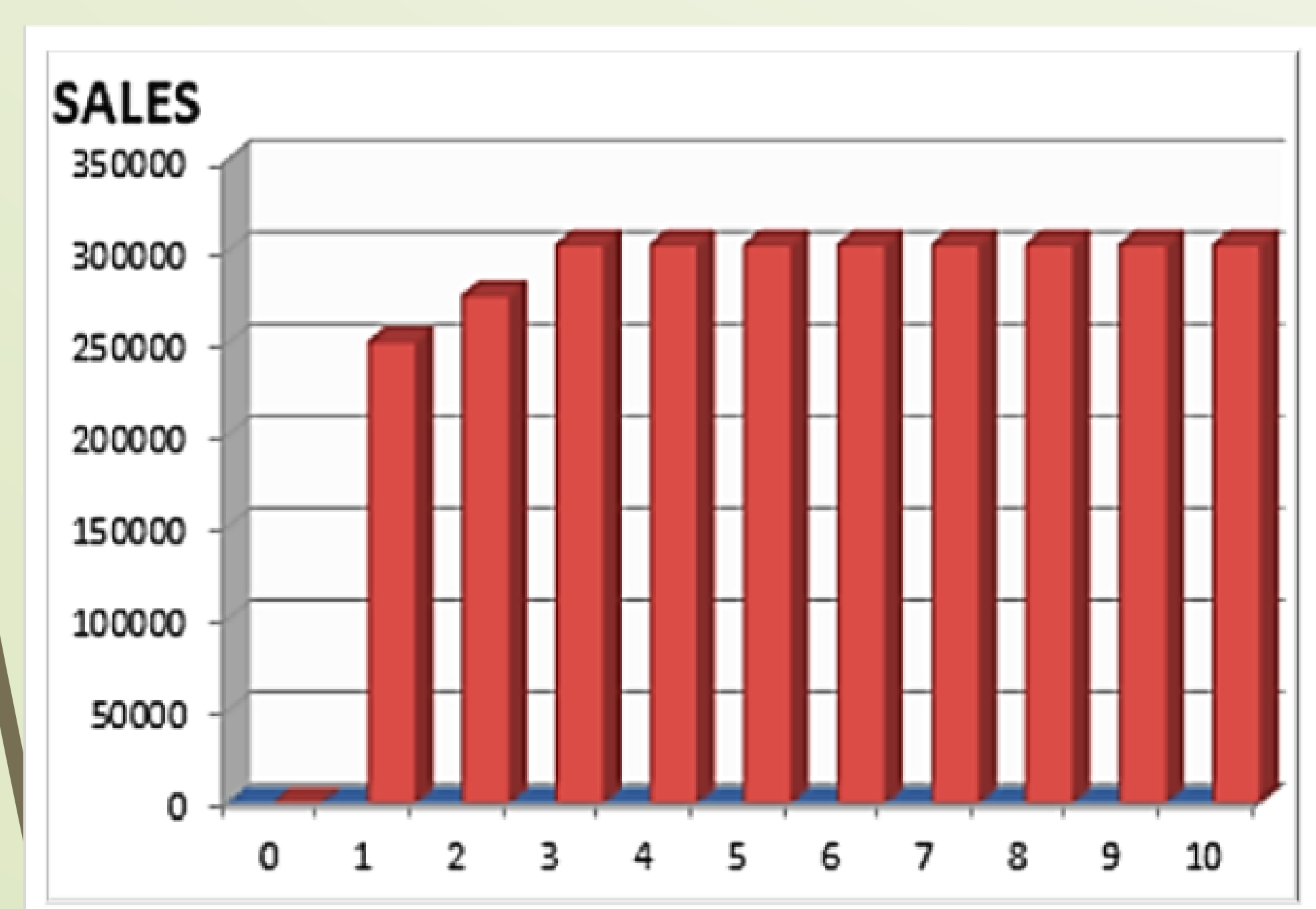
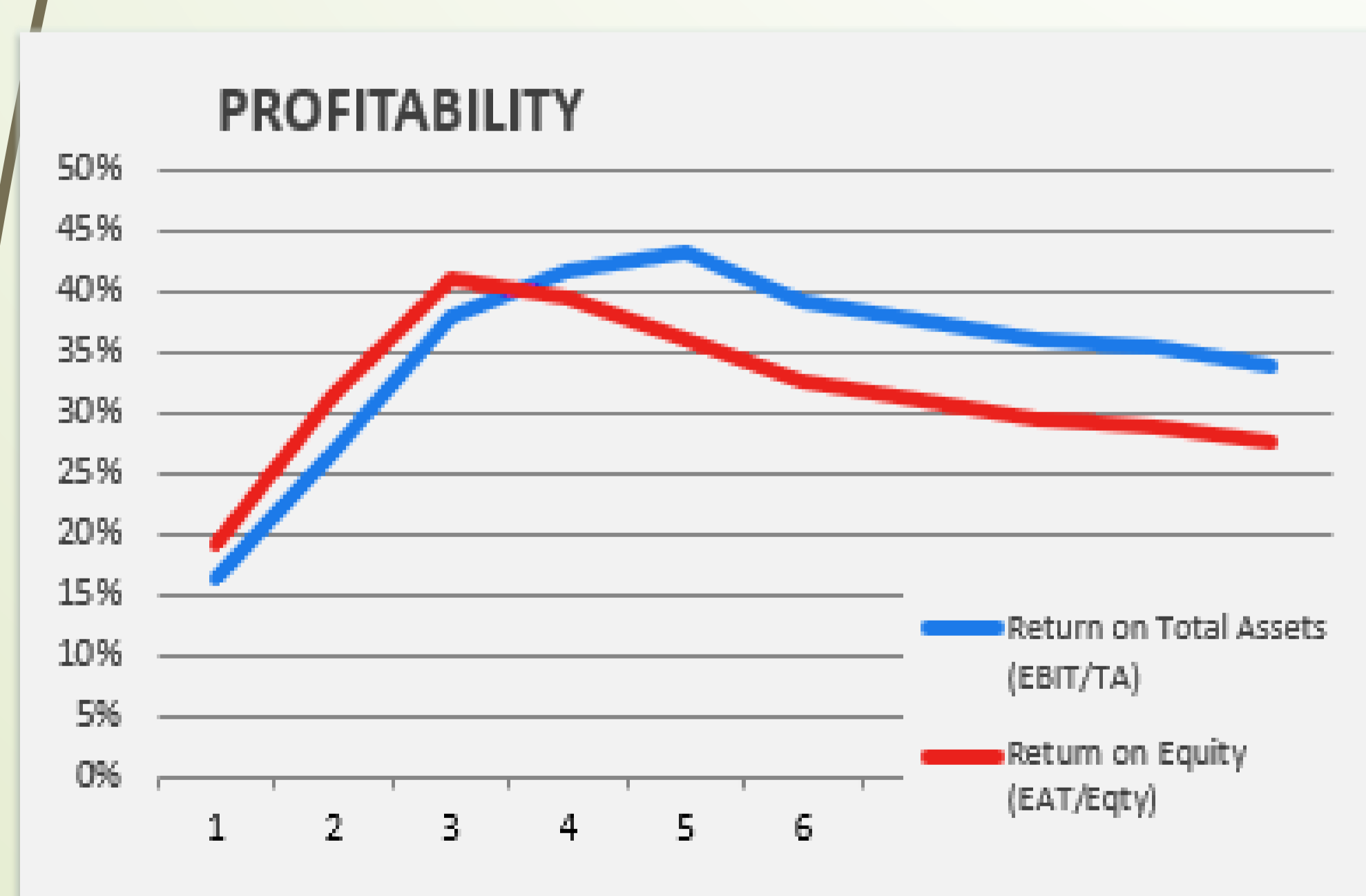
Δείκτες αξιολόγησης	
Payback Period (yrs)	4+
Net Present Value of Investment (10yr)	166.227€
Investment IRR (10yr)	25,43%

Δανεισμός:40%, 52.280€

I.K.:60%, 93.420€

Cost of equity 9%

Cost of loan 7,8%



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

1. Παραγωγή ελληνικού Premium προϊόντος γάλακτος όνου, σε ήδη υπάρχουσα επισκέψιμη φάρμα, μεταποιώντας το και σε άλλα προϊόντα, όπως καλλυντικά, προσδίδοντας επιπλέον προστιθέμενη αξία.
2. Γάλα, με εξαιρετικά θρεπτικά συστατικά, επιπέδου μητρικού γάλακτος. Ιδανικό για όλο τον κόσμο, όπως ευπαθείς ομάδες και αθλητές.
3. Μεγάλος ανταγωνισμός για το γάλα όνου και τα καλλυντικά και μικρός για τον αγροτουρισμό.
4. Marketing μέσω Social media, δειγματισμών προϊόντων, e-shop και των επισκέψεων στη φάρμα.
5. Μεγάλη ποικιλία εμπορεύσιμων προϊόντων με **μεγάλα περιθώρια μικτού κέρδους και χαμηλά κόστη παραγωγής**, προσδίδοντας μεγάλη διασπορά κινδύνου για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης.
6. Μικρή αρχική επένδυση, χωρίς επανεπένδυση στη δεκαετία, γρήγορη αποπληρωμή όλων των τραπεζικών υποχρεώσεων μέχρι και το 4^ο έτος και **ισχυρές λειτουργικές ροές**.
7. Χρήση κυκλικής οικονομίας, παράγοντας έσοδα από παράπλευρες δραστηριότητες.